



Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah  
ISSN: 2527 - 6344 (Printed), ISSN: 2580 - 5800 (Online)  
Accredited No. 204/E/KPT/2022  
DOI: <https://doi.org/10.30651/jms.v9i4.22871>  
Volume 9, No. 4, 2024 (2335-2352)

---

## TOWARDS SUSTAINABLE CONSUMPTION: AN ISLAMIC MACROECONOMIC PERSPECTIVE

**M. Fauzan**

Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan  
fauzan@uinsyahada.ac.id

**M. Shabri Abd. Majid**

Universitas Syiah Kuala  
mshabri@unsyiah.ac.id

**Isnaini Harahap**

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan  
isnaini.harahap@uinsu.ac.id

### Abstrak

Masalah penelitian ini bertumpu pada pemahaman dan implementasi prinsip-prinsip ekonomi Islam dalam konteks makroekonomi, khususnya terkait dengan konsumsi. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki peran konsumsi dalam mewujudkan pola ekonomi yang adil, berkelanjutan, dan berorientasi pada kesejahteraan umat menurut perspektif Islam. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan metode deskriptif-analitis. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari data sekunder, yaitu studi literatur dari jurnal-jurnal ilmiah, buku, laporan, dokumen resmi, dan sumber-sumber lainnya yang relevan dengan topik penelitian. Data yang telah dikumpulkan dianalisis menggunakan metode analisis isi (*content analysis*) dan analisis tematik (*thematic analysis*). Beberapa tahapan dalam penelitian ini, yaitu persiapan, pengumpulan data, analisis data, interpretasi hasil, dan penyusunan laporan penelitian. Temuan menunjukkan bahwa konsep konsumsi dalam Islam melampaui aspek material, melibatkan dimensi moral, sosial, dan spiritual yang mendalam. Implikasinya adalah perlunya peningkatan pemahaman dan implementasi nilai-nilai ekonomi Islam dalam praktik konsumsi sehari-hari, baik melalui edukasi, dukungan terhadap industri yang ramah lingkungan, maupun promosi perilaku konsumen yang bertanggung jawab. Urgensi penelitian ini terletak pada potensi konsumsi dalam kerangka ekonomi Islam sebagai instrumen penting dalam mencapai pembangunan yang berkelanjutan dan kesejahteraan umat secara menyeluruh, dengan contoh konkret bahwa konsumsi yang bertanggung jawab dan berkelanjutan dapat membantu mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan dan meningkatkan kesejahteraan umat secara keseluruhan.

**Kata kunci:** Konsumsi, Makroekonomi, Islam

## A. Latar Belakang Masalah

Konsumsi berkelanjutan merupakan salah satu isu krusial dalam konteks global saat ini. Dengan meningkatnya kesadaran akan perubahan iklim, kerusakan lingkungan, dan ketidaksetaraan ekonomi, berbagai negara dan organisasi internasional telah menekankan pentingnya konsumsi yang berkelanjutan sebagai bagian dari agenda pembangunan berkelanjutan. Konsumsi berkelanjutan tidak hanya mencakup efisiensi penggunaan sumber daya dan energi, tetapi juga mengarah pada pola konsumsi yang adil dan etis, yang dapat mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan dan masyarakat. Dalam pandangan konvensional, konsumsi berkelanjutan sering kali diartikan dalam kerangka kerja ekonomi hijau, yang menekankan pada teknologi ramah lingkungan dan praktik-praktik bisnis yang bertanggung jawab. Namun, pendekatan ini sering kali tidak cukup untuk mengatasi masalah mendasar terkait etika dan keadilan sosial. Oleh karena itu, perlu adanya pendekatan alternatif yang dapat mengintegrasikan aspek moral dan spiritual dalam konsumsi berkelanjutan.

Islam, sebagai salah satu agama besar di dunia, memiliki pandangan yang komprehensif mengenai keseimbangan antara kebutuhan material dan spiritual. Prinsip-prinsip dasar ekonomi Islam, seperti keadilan (*al-'adl*), keseimbangan (*al-mizan*), dan keberlanjutan (*istidama*), menawarkan kerangka kerja yang unik dan holistik untuk mencapai konsumsi berkelanjutan. Prinsip ini mendorong umat Islam untuk tidak hanya mengejar kesejahteraan ekonomi, tetapi juga menjaga keseimbangan ekologi dan sosial. Namun, meskipun memiliki potensi besar, penerapan prinsip-prinsip ekonomi Islam dalam kebijakan makroekonomi yang mendukung konsumsi berkelanjutan masih relatif terbatas. Banyak negara dengan mayoritas penduduk Muslim masih menghadapi tantangan dalam mengintegrasikan nilai-nilai syariah ke dalam sistem ekonomi mereka. Hal ini disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk kurangnya pemahaman yang mendalam tentang bagaimana prinsip-prinsip ini dapat diimplementasikan dalam konteks ekonomi modern dan globalisasi.

Konsumsi memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk pola ekonomi yang adil, berkelanjutan, dan berorientasi pada kesejahteraan umat (Haider dkk., 2022). Konsep konsumsi dalam Islam melampaui aspek material, melibatkan dimensi moral, sosial, dan spiritual yang mendalam. Pemahaman terhadap konsumsi dalam perspektif ekonomi Islam menekankan bahwa konsumsi bukan hanya sekadar upaya memenuhi kebutuhan materi, tetapi juga sebagai sarana untuk mencapai tujuan spiritual dan sosial yang lebih luas. Salah satu prinsip utama dalam konsumsi menurut kerangka Islam adalah konsep berkelanjutan, di mana individu dihimbau untuk mengonsumsi secara bijaksana dengan mempertimbangkan dampaknya terhadap lingkungan dan masyarakat (Furqani, 2017).

Meskipun prinsip-prinsip ekonomi Islam yang berkaitan dengan konsumsi telah tersedia, masih ada gap dalam pemahaman dan implementasinya dalam konteks makroekonomi. Tantangan utama adalah adanya daya tarik konsumsi berlebihan yang bertentangan dengan prinsip-prinsip keadilan, kesederhanaan, dan tanggung jawab sosial dalam Islam (Rohmana, 2022). Hal ini menyebabkan masyarakat cenderung terjerumus dalam pola konsumsi yang tidak berkelanjutan dan tidak memperhatikan dampaknya terhadap lingkungan dan masyarakat (Almizan, 2016).

Konsumsi mengalami transformasi signifikan dengan munculnya platform online dan layanan digital (Kraus dkk., 2021; MM dkk., 2024; Otoritas Jasa Keuangan, 2022; Rian Romadhon, 2024). Namun, prinsip-prinsip Islam tentang konsumsi tetap relevan, dengan menekankan pada keadilan, transparansi, dan keberkahan dalam setiap transaksi. Selain itu, konsumsi dalam kerangka Islam juga menekankan pentingnya pengalaman dan kepuasan spiritual dalam konsumsi (Barakah dkk., 2020; S, 2014). Namun, masih ada kebutuhan yang belum terpenuhi dalam mempromosikan konsumsi yang lebih berkesadaran dan beretika.

Beberapa upaya telah dilakukan untuk mempromosikan konsumsi yang berkelanjutan dalam kerangka Islam, seperti edukasi dan sosialisasi

tentang prinsip-prinsip ekonomi Islam, dukungan terhadap industri yang ramah lingkungan, serta promosi perilaku konsumen yang bertanggung jawab (Fatahillah, 2015; Furqani, 2017). Namun, masih diperlukan strategi yang lebih holistik dan terkoordinasi untuk mengatasi tantangan konsumsi yang tidak berkelanjutan.

Penelitian yang dilakukan menyoroti pentingnya konsumsi yang adil, berkelanjutan, dan berorientasi pada kesejahteraan dalam perspektif ekonomi Islam, yang melibatkan dimensi moral, sosial, dan spiritual. Ditemukan bahwa konsumsi berlebihan bertentangan dengan prinsip kesederhanaan Islam. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan dengan fokus pada perbandingan konsep konsumsi Islam dan konvensional, serta realita konsumsi pada saat ini yang berorientasi pada keberlanjutan (*sustainable*). Penelitian ini merekomendasikan strategi holistik, yaitu pendekatan menyeluruh yang meliputi edukasi tentang prinsip ekonomi Islam, kebijakan yang mendukung konsumsi berkelanjutan, dan praktik konsumsi yang sadar akan dampak sosial dan lingkungan, akan pentingnya konsumsi bijak sesuai ajaran Islam.

Penelitian terdahulu mengenai konsumsi menunjukkan berbagai temuan penting. Mislanya, Almizan (2016) membandingkan ekonomi Islam dan kapitalisme, menemukan bahwa ekonomi Islam yang menekankan ridha Allah dan kesederhanaan kurang dikenal dan diaplikasikan dibandingkan dengan kapitalisme yang cenderung membawa ketidakadilan dan hegemoni. Connolly & Prothero (2008) meneliti konsumsi hijau, menunjukkan bahwa meskipun konsumen hijau merasa bertanggung jawab atas dampak lingkungan, mereka sering mengalami kebingungan dan ketidakpastian dalam memilih, menunjukkan bahwa konsumsi hijau tidak selalu menghasilkan reformasi lingkungan yang jelas. Emekci (2019) menggunakan teori perilaku terencana untuk meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian hijau, menemukan bahwa efektivitas konsumen yang dirasakan sangat mempengaruhi sikap dan niat pembelian hijau, tetapi data yang diperoleh tidak bisa digeneralisasi. Fatahillah (2015)

meneliti konsep etika dalam konsumsi perspektif ekonomi Islam, menekankan pentingnya prinsip syariah dalam konsumsi yang mencakup aspek halal, tujuan, etika, dan moralitas. Haider dkk. (2022) meninjau literatur tentang konsumsi berkelanjutan, menemukan bahwa meskipun banyak ide telah dieksplorasi, solusi praktis dan diterima secara luas masih kurang.

Namun, penelitian-penelitian ini belum optimal dalam beberapa aspek. Almizan (2016) tidak mengatasi bagaimana mengimplementasikan prinsip konsumsi Islam dalam kehidupan sehari-hari secara efektif. Connolly & Prothero (2008) menyoroti dilema konsumen hijau tanpa memberikan solusi praktis yang konkret. Emekci (2019) terbatas pada konteks Turki dan tidak menggeneralisasi temuan. Fatahillah (2015) fokus pada prinsip etika tetapi kurang pada aplikasi praktis dalam skala yang lebih luas. Haider dkk. (2022) mengidentifikasi masalah tetapi tidak memberikan solusi konkret yang dapat diterapkan secara luas terkait konsumsi berkelanjutan.

Penelitian ini menawarkan kebaruan dengan fokus pada perbandingan konsep konsumsi Islam dan konvensional, serta realita konsumsi saat ini yang berorientasi pada keberlanjutan. Penelitian ini juga menekankan pentingnya konsumsi bijak sesuai ajaran Islam untuk mencapai tujuan keberlanjutan, mencakup pendekatan holistik yang meliputi edukasi, kebijakan, dan praktik konsumsi yang mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan.

Urgensi penelitian ini adalah bahwa konsumsi dalam kerangka makroekonomi Islam dapat menjadi instrumen penting dalam mewujudkan tujuan pembangunan yang berkelanjutan dan kesejahteraan umat secara menyeluruh. Adanya praktik konsumsi yang bertanggung jawab dan berkelanjutan dapat membantu mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan dan masyarakat, serta meningkatkan kesejahteraan umat secara keseluruhan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki peran konsumsi dalam mewujudkan pola ekonomi yang adil,

berkelanjutan, dan berorientasi pada kesejahteraan umat menurut perspektif Islam, sehingga penelitian ini fokus pada perbandingan konsep konsumsi Islam dan konvensional, serta realita konsumsi pada saat ini yang berorientasi pada keberlanjutan (*sustainable*), dan pentingnya konsumsi bijak sesuai ajaran Islam untuk mencapai tujuan tersebut.

Penelitian ini juga bertujuan untuk mengisi kekosongan tersebut dengan mengeksplorasi bagaimana perspektif makroekonomi Islam dapat mendukung konsumsi berkelanjutan. Dengan menganalisis konsep-konsep dasar ekonomi Islam dan penerapannya dalam kebijakan ekonomi, penelitian ini berharap dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi literatur dan praktik kebijakan ekonomi. Selain itu, penelitian ini juga berupaya untuk mengidentifikasi strategi dan rekomendasi praktis yang dapat diterapkan oleh negara-negara Muslim untuk mencapai tujuan konsumsi berkelanjutan.

## **B. Kajian Teoritis**

Ekonomi makro merupakan cabang ilmu ekonomi yang mempelajari perilaku dan kinerja perekonomian secara keseluruhan. Salah satu fokus utamanya adalah pada variabel-variabel agregat seperti output nasional (GDP), tingkat inflasi, tingkat pengangguran, investasi, dan konsumsi (Choudhury, 1999; Dornbusch dkk., 2008). Konsumsi, dalam konteks ekonomi makro, merujuk pada pengeluaran rumah tangga untuk barang dan jasa yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan (Almizan, 2016). Konsumsi merupakan salah satu komponen penting dari total output ekonomi, dan tingkatnya dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti pendapatan, harga barang dan jasa, suku bunga, dan ekspektasi tentang kondisi ekonomi di masa depan.

Namun, ketika kita membahas konsumsi dalam kerangka Islam, ada dimensi tambahan yang perlu dipertimbangkan. Konsep konsumsi dalam Islam tidak hanya mencakup aspek material, tetapi juga dimensi moral, sosial, dan spiritual yang mendalam. Dalam Islam, konsumsi dipandang

sebagai bagian integral dari siklus ekonomi yang meliputi produksi, distribusi, dan penggunaan sumber daya, yang harus dilakukan dengan mempertimbangkan prinsip-prinsip yang sesuai dengan ajaran Islam (Almizan, 2016; Barakah dkk., 2020).

Prinsip-prinsip etika Islam, seperti keadilan, tanggung jawab sosial, dan keberlanjutan, menjadi panduan dalam setiap aspek kegiatan ekonomi, termasuk konsumsi. Dalam Islam, konsumsi tidak hanya dipandang sebagai cara untuk memuaskan kebutuhan materi, tetapi juga sebagai sarana untuk mencapai tujuan spiritual dan sosial yang lebih luas (Karim, 2015). Oleh karena itu, konsumsi dalam kerangka Islam menekankan pentingnya pola konsumsi yang bijaksana, bertanggung jawab, dan berkelanjutan.

Dalam prakteknya, konsumsi dalam Islam mencakup pemilihan produk dan layanan yang memperhitungkan dampaknya terhadap lingkungan dan masyarakat secara keseluruhan (Connolly & Prothero, 2008; Emekci, 2019; Trong Nguyen dkk., 2023). Ini bisa mencakup pengurangan limbah, pemilihan produk lokal untuk mendukung ekonomi lokal, dan dukungan terhadap praktik bisnis yang adil dan berkelanjutan (Connolly & Prothero, 2008; Kennedy & Hauslik, 2018; Testa dkk., 2021). Dalam era digitalisasi, prinsip-prinsip Islam tentang konsumsi juga berlaku, dengan penekanan pada keadilan, transparansi, dan keberkahan dalam setiap transaksi, termasuk dalam penggunaan teknologi digital.

Dengan demikian, konsumsi dalam kerangka Islam bukan hanya tentang pemenuhan kebutuhan materi, tetapi juga tentang mencapai keberkahan dalam hidup, baik secara materi maupun spiritual. Hal ini menyoroti pentingnya kesadaran dalam memilih cara konsumsi, yang mencakup tidak hanya pertimbangan ekonomi, tetapi juga etika dan nilai-nilai yang dianut.

### **C. Metode Penelitian**



Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan metode deskriptif-analitis. Pendekatan ini dipilih untuk memahami secara mendalam prinsip-prinsip makroekonomi Islam yang mendukung konsumsi berkelanjutan serta mengeksplorasi bagaimana prinsip-prinsip tersebut dapat diimplementasikan dalam kebijakan ekonomi makro. Dalam penelitian kualitatif deskriptif, fokus utama adalah pada pemahaman mendalam terhadap fenomena yang diamati, tanpa melakukan manipulasi variabel atau pengujian hipotesis. Pendekatan ini untuk menjelajahi kompleksitas konsep konsumsi dalam Islam dan dampaknya dalam konteks makroekonomi dengan lebih detail, serta memberikan gambaran yang lebih holistik tentang fenomena tersebut.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari data sekunder, yaitu studi literatur dari jurnal-jurnal ilmiah, buku, laporan, dokumen resmi, dan sumber-sumber lainnya yang relevan dengan topik penelitian. Sumber data untuk penelitian ini diperoleh melalui literature review, yang mencakup kajian teoritis, hasil penelitian terdahulu, serta dokumen-dokumen dan publikasi terkait lainnya. Literature review digunakan untuk mengumpulkan informasi yang relevan tentang konsumsi dalam kerangka makroekonomi Islam, prinsip-prinsip ekonomi Islam, dan aspek-aspek lain yang berkaitan dengan topik penelitian. Data dari literature review akan menjadi dasar analisis untuk memahami konsep, teori, dan temuan terkait konsumsi dalam perspektif ekonomi Islam.

Data yang telah dikumpulkan dianalisis menggunakan metode analisis isi (*content analysis*) dan analisis tematik (*thematic analysis*). Analisis isi digunakan untuk mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul dari literatur dan analisis tematik digunakan untuk mengeksplorasi dan menghubungkan tema-tema yang muncul dengan konsep-konsep teori makroekonomi Islam terkait konsumsi berkelanjutan. Ada beberapa tahapan dalam prosedur penelitian ini, yaitu:

- 1) Persiapan: Melakukan studi pendahuluan dan merancang penelitian.
- 2) Pengumpulan Data: Mengumpulkan literatur yang relevan.

- 3) Analisis Data: Menganalisis data menggunakan metode analisis isi (*content analysis*) dan analisis tematik (*thematic analysis*).
- 4) Interpretasi Hasil: Menyimpulkan temuan penelitian dan menghubungkannya dengan teori serta kebijakan ekonomi syariah.
- 5) Penyusunan Laporan: Menulis laporan penelitian dan mempersiapkan artikel untuk publikasi.

## **D. Hasil dan Pembahasan**

### **1. Konsumsi Menurut Ekonomi Konvensional**

Konsumsi dalam ekonomi konvensional melibatkan sejumlah konsep dan teori yang mendasari perilaku konsumen. Konsumsi secara umum didefinisikan sebagai penggunaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia. Rumah tangga, dalam konteks konsumsi, memainkan peran penting karena mereka harus membuat keputusan tentang bagaimana menggunakan pendapatan terbatas mereka untuk memaksimalkan kepuasan atau utilitas. Dalam hal ini, konsumen didorong oleh motif atau motivasi tertentu yang mendorong mereka untuk mencapai tujuan tertentu (Iswanto dkk., 2022; Šostar & Ristanović, 2023).

Motif konsumsi ini berkaitan erat dengan kebutuhan individu yang dapat bervariasi dari kebutuhan primer hingga kebutuhan ekspresif atau hedonik psikologis (Hirschman & Holbrook, 1982). Konsumsi juga dipengaruhi oleh faktor-faktor ekonomi seperti pendapatan rumah tangga, kekayaan, tingkat bunga, dan perkiraan masa depan. Selain itu, faktor demografi seperti jumlah dan komposisi penduduk juga memainkan peran penting dalam menentukan tingkat konsumsi (Li dkk., 2024).

Dalam ekonomi makro, konsumsi rumah tangga menjadi fokus utama karena kontribusinya yang besar terhadap pengeluaran agregat suatu negara. Faktor-faktor ekonomi, demografi, dan non-ekonomi semuanya mempengaruhi tingkat konsumsi. Misalnya, perubahan dalam tingkat pendapatan, kekayaan, atau perkiraan masa depan dapat mengubah pola konsumsi masyarakat secara keseluruhan.

Konsumsi juga memainkan peran penting dalam pertumbuhan ekonomi suatu negara. Konsumsi yang kuat dapat meningkatkan permintaan agregat, mendorong investasi, dan menciptakan lapangan kerja. Namun, perubahan dalam perilaku konsumen atau faktor-faktor eksternal seperti resesi ekonomi dapat mempengaruhi konsumsi dan akhirnya pertumbuhan ekonomi.

Implementasi ide-ide untuk memperbaiki kondisi konsumsi dapat melibatkan kebijakan pemerintah, strategi pemasaran perusahaan, atau perubahan perilaku individu. Misalnya, pemerintah dapat mengadopsi kebijakan fiskal untuk merangsang konsumsi melalui insentif pajak. Perusahaan dapat menggunakan strategi pemasaran yang lebih efektif untuk memengaruhi preferensi konsumen. Individu juga dapat mengubah perilaku mereka dengan mengadopsi gaya hidup yang lebih berkelanjutan atau mengelola keuangan mereka dengan lebih bijaksana. Semua langkah ini dapat berdampak pada perubahan jangka panjang dalam pola konsumsi dan kondisi ekonomi secara keseluruhan.

## **2. Konsumsi Menurut Ekonomi Islam**

Konsumsi dalam perspektif ekonomi Islam mencakup aspek-etika yang kuat, dengan fokus pada kepatuhan terhadap hukum-hukum yang telah ditetapkan oleh Allah SWT untuk mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat (Almizan, 2016; Barakah dkk., 2020; S, 2014). Dalam Al-Qur'an, konsumsi yang diperbolehkan haruslah halal dan baik, mengikuti perintah Allah SWT untuk makan dari yang halal dan baik di bumi. Hal ini mengarah pada konsep bahwa konsumsi dalam Islam bukanlah sekadar pemenuhan kebutuhan jasmani semata, tetapi juga rohani. Konsep ini menegaskan bahwa barang-barang konsumsi haruslah bermanfaat secara material, moral, dan spiritual bagi individu. Dalam melakukan konsumsi, perilaku konsumen Muslim harus didasarkan pada syariat Islam, dengan memperhatikan konsep masalah (kepentingan umum) yang membatasi barang-barang atau jasa yang layak dikonsumsi.

Namun, tantangan dalam mempraktikkan konsumsi Islam muncul

dari dominasi kebutuhan material yang luar biasa dan tekanan dari semangat modern yang cenderung mengalihkan fokus ke perbaikan kondisi kehidupan material (Fatahillah, 2015). Hal ini menuntut adanya kesadaran akan nilai-nilai spiritual dan moral dalam setiap tindakan konsumsi. Sebagai contoh, dalam konsumsi fashion, Islam memberikan panduan yang jelas tentang berpakaian sesuai dengan nilai-nilai etika dan moral. Dalam surat Al-Ahzab ayat 59, disebutkan tentang pentingnya penggunaan jilbab yang menutupi seluruh tubuh, tidak hanya bagian kepala saja (Kementerian Agama, 2023).

Konsumsi dalam Islam tidak hanya didasarkan pada pemahaman tentang kebutuhan dan keinginan, tetapi juga pada prinsip-prinsip tertentu yang diberikan oleh ajaran Islam. Salah satu prinsip dasar adalah keyakinan akan hari kiamat dan kehidupan akhirat. Ini mengarah pada suatu pemahaman bahwa sukses dalam kehidupan seorang Muslim diukur dengan moral agama Islam, bukan hanya dengan jumlah kekayaan materi yang dimiliki.

Prinsip kedua adalah kuantitas, yang menuntut agar konsumsi dilakukan secara sederhana dan sesuai dengan kemampuan. Ini mengajarkan untuk tidak berlebihan dalam mengkonsumsi barang atau jasa, dan untuk menabung serta berinvestasi untuk kepentingan masa depan.

Prinsip ketiga adalah prioritas, yang memerintahkan agar manusia memperhatikan urutan kepentingan dalam konsumsinya, mulai dari kebutuhan paling mendasar hingga kebutuhan yang lebih luks. Ini juga mencerminkan pentingnya memprioritaskan kemaslahatan yang lebih luas, tidak hanya kepentingan individu tetapi juga masyarakat secara keseluruhan.

Selain prinsip-prinsip dasar tersebut, konsumsi dalam Islam juga harus memperhatikan jenis barang atau jasa yang dikonsumsi, kemanfaatan atau kegunaannya, serta menjaga agar tidak terjerumus dalam perilaku israf (pemborosan) dan tabdhir (berlebihan). Dengan

mematuhi prinsip-prinsip ini, seorang Muslim diharapkan dapat melakukan konsumsi yang sesuai dengan ajaran Islam, yang tidak hanya membawa kepuasan materi dan sosial, tetapi juga kesejahteraan spiritual dan kemanfaatan yang lebih luas bagi masyarakat.

Selain itu, konsumsi memiliki dimensi yang jauh lebih luas daripada sekadar memperoleh barang dan jasa. Konsumsi dipandang sebagai bagian integral dari ibadah dan tanggung jawab moral. Prinsip-prinsip yang mengatur konsumsi dalam Islam menekankan sederhana dan adil, yang menjadi pedoman bagi umatnya untuk menjalani kehidupan seimbang antara kebutuhan duniawi dan spiritual. Hal ini mencerminkan pentingnya menjaga keseimbangan antara pemenuhan kebutuhan diri sendiri dengan kewajiban sosial terhadap sesama.

Di samping itu, konsumsi dalam ekonomi makro Islam juga menekankan aspek keberlanjutan dan lingkungan. Penggunaan produk yang ramah lingkungan, pengurangan sampah, dan penggunaan sumber daya secara bijak menjadi bagian dari praktek konsumsi yang dianjurkan dalam Islam. Dengan demikian, konsumsi tidak hanya dipandang sebagai usaha memenuhi kebutuhan individu, tetapi juga sebagai tanggung jawab kolektif untuk menjaga kelestarian lingkungan alam dan keberlangsungan hidup manusia di masa mendatang.

Selanjutnya, konsumsi dalam ekonomi makro Islam mencerminkan prinsip keadilan sosial dan distribusi yang merata. Dengan menekankan pada adil dalam berkonsumsi, ekonomi Islam berupaya mengurangi kesenjangan antara kaya dan miskin, serta memastikan bahwa semua anggota masyarakat memiliki akses yang adil terhadap kebutuhan dasar mereka. Praktik seperti zakat dan wakaf menjadi instrumen penting dalam mencapai tujuan distribusi yang lebih merata dan mengurangi kesenjangan sosial.

Terakhir, konsumsi dalam konteks ekonomi makro Islam juga mempromosikan nilai-nilai kesederhanaan dan kepuasan batin. Sementara konsumsi berlebihan dan hedonisme dipandang negatif, kesederhanaan

dan rasa syukur atas apa yang dimiliki menjadi prinsip yang dijunjung tinggi. Dengan demikian, konsumsi dalam Islam bukanlah semata-mata tentang memenuhi kebutuhan materi, tetapi juga tentang memperkaya kehidupan spiritual dan memupuk nilai-nilai kemanusiaan yang lebih tinggi (Adiwarman, 2010).

### **3. Perbedaan dan Persamaan Konsumsi Islam dan Konvensional**

Dalam ekonomi Islam, segala aktivitas, termasuk konsumsi, bertujuan untuk memperoleh falah, yaitu kedamaian dan kesejahteraan. Konsumsi ekonomi Islam bersumber dari dalil-dalil, nash al-Qur'an, dan hadis, dan memiliki tujuan utama untuk mendapat maslahah, kesejahteraan atau manfaat, baik untuk dunia maupun akhirat. Prinsip-prinsip yang mengatur konsumsi dalam ekonomi Islam meliputi keadilan, kebersihan, kesederhanaan, kemurahan hati, serta moralitas. Konsumsi dilakukan dengan memperhatikan kehalalan produk yang dikonsumsi, tidak berlebihan, dan didasari niat untuk mendapat ridha Allah. Hal ini bertujuan untuk mencapai keseimbangan antara kebutuhan dunia dan akhirat, serta melindungi agama, jiwa, keluarga, harta, dan intelek.

Di sisi lain, ekonomi konvensional didasarkan pada perilaku individu-individu dalam unit ekonomi yang tidak terikat oleh batasan syariah. Hal ini membuat perilaku konsumen ditentukan oleh norma dan aturan menurut persepsinya masing-masing, dengan pengaruh dominan dari paham dunia seperti kapitalisme dan sosialisme. Ekonomi konvensional cenderung bebas nilai dan mengutamakan keuntungan finansial tanpa memperhatikan keseimbangan alam, sosio-kultural, atau nilai-nilai moral.

Meskipun terdapat perbedaan yang signifikan antara ekonomi Islam dan konvensional, keduanya memiliki persamaan dalam tujuan konsumsi untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari agar dapat bertahan hidup. Keduanya juga mengasumsikan perilaku rasional dalam mengambil keputusan konsumsi, meskipun dengan landasan nilai yang berbeda. Namun, realitas konsumsi masyarakat menunjukkan bahwa kesadaran

akan dampak sosial, lingkungan, dan nilai-nilai tambahan semakin mempengaruhi pola konsumsi, baik dalam konteks ekonomi Islam maupun konvensional. Masyarakat semakin memilih produk dan layanan yang sejalan dengan nilai-nilai mereka, termasuk keberlanjutan dan etika produksi. Ini menunjukkan bahwa ada evolusi dalam pandangan konsumen terhadap konsumsi, yang mencerminkan dinamika kompleks dalam ekonomi global.

Perbedaan antara konsumsi dalam ekonomi Islam dan konvensional mencerminkan landasan filosofis dan nilai-nilai yang berbeda di balik praktik konsumsi. Dalam ekonomi Islam, konsumsi bersumber dari ajaran al-Qur'an dan hadis, dengan tujuan utama untuk mencapai falah atau kedamaian dan kesejahteraan, baik di dunia maupun akhirat. Prinsip-prinsip keadilan, kebersihan, kesederhanaan, kemurahan hati, dan moralitas memandu setiap tindakan konsumsi, dengan penuh perhatian terhadap kehalalan barang yang dikonsumsi dan niat yang ikhlas. Sebaliknya, dalam ekonomi konvensional, konsumsi didasarkan pada perilaku individu tanpa batasan syariah, dengan fokus utama pada memperoleh kepuasan (*utility*) dan mengikuti prinsip rasionalitas seperti kelengkapan, transitivitas, dan kesinambungan.

Adanya evolusi pola konsumsi dalam masyarakat, di mana faktor-faktor seperti kesadaran lingkungan, teknologi digital, konsumsi pengalaman, dan kebutuhan akan personalisasi semakin memengaruhi preferensi konsumen. Masyarakat semakin memilih produk dan layanan yang ramah lingkungan, berbasis digital, memberikan pengalaman, dan dapat dipersonalisasi sesuai dengan nilai-nilai dan kebutuhan mereka. Maka, dengan memperkuat implementasi nilai-nilai ekonomi Islam dalam praktik konsumsi sehari-hari. Hal ini bisa dilakukan melalui pendidikan dan sosialisasi yang menyeluruh tentang prinsip-prinsip ekonomi Islam, penerapan kebijakan yang mendukung praktik konsumsi berkelanjutan dan beretika, serta pengembangan produk dan layanan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam dan kebutuhan masyarakat.

Implementasi gagasan ini akan melibatkan berbagai pihak, termasuk individu, lembaga pendidikan, pemerintah, dan pelaku bisnis. Individu perlu meningkatkan kesadaran mereka akan nilai-nilai ekonomi Islam dan mengaplikasikannya dalam kehidupan sehari-hari. Lembaga pendidikan memiliki peran penting dalam mendidik generasi muda tentang prinsip-prinsip ekonomi Islam. Pemerintah dapat memberlakukan kebijakan yang mendukung praktik konsumsi berkelanjutan dan beretika, serta memberikan insentif bagi pelaku bisnis yang mengikuti standar keberlanjutan dan keadilan sosial.

Pelaku bisnis memiliki tanggung jawab untuk mengembangkan produk dan layanan yang tidak hanya menghasilkan keuntungan finansial, tetapi juga berdampak positif bagi masyarakat dan lingkungan. Mereka dapat menerapkan praktik produksi yang ramah lingkungan, menyediakan opsi konsumsi yang berkelanjutan, dan memberikan kontribusi sosial yang nyata.

Melalui implementasi nilai-nilai ekonomi Islam dalam praktik konsumsi, dan dengan dukungan dari berbagai pihak, kita dapat menciptakan sebuah masyarakat yang lebih berkelanjutan, beretika, dan berkeadilan. Perubahan ini dapat berlangsung secara kontinu dan membawa dampak positif bagi kesejahteraan bersama serta kelestarian lingkungan hidup.

## **E. Penutup**

Kesimpulan dari penelitian adalah bahwa konsumsi dalam ekonomi Islam memiliki landasan yang kuat dalam nilai-nilai etika keislaman. Konsumsi dalam perspektif ini tidak hanya tentang pemenuhan kebutuhan fisik, tetapi juga tentang pemenuhan kebutuhan rohani dan moral. Gagasan ini menyarankan bahwa untuk mencapai kesejahteraan yang berkelanjutan, penting untuk memperhatikan nilai-nilai spiritual dan moral dalam setiap tindakan konsumsi. Implikasinya adalah perlunya meningkatkan pemahaman dan kesadaran masyarakat Muslim tentang konsumsi yang

sesuai dengan ajaran agama, serta menerapkan panduan-panduan yang telah ditetapkan dalam Al-Qur'an dan Hadis. Rekomendasinya adalah melibatkan pendidikan dan sosialisasi yang menyeluruh tentang prinsip-prinsip ekonomi Islam, penerapan kebijakan yang mendukung praktik konsumsi berkelanjutan dan beretika, serta pengembangan produk dan layanan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam dan kebutuhan masyarakat. Implementasi gagasan ini akan melibatkan berbagai pihak, termasuk individu, lembaga pendidikan, pemerintah, dan pelaku bisnis. Maka, dengan terciptanya masyarakat yang lebih berkelanjutan, beretika, dan berkeadilan, dapat memberikan dampak positif bagi kesejahteraan bersama serta kelestarian lingkungan hidup.

## REFERENCES

- Adiwarman, K. (2010). *Ekonomi mikro Islami*. Rajawali.
- Almizan, A. (2016). Konsumsi Menurut Ekonomi Islam dan Kapitalis. *Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*, 1(1), Article 1. <https://doi.org/10.15548/al-masraf.v1i1.22>
- Barakah, A., Suitra, P., & Najiha, U. (2020). Etika Konsumsi (Istihlak) Perspektif Filsafat Ekonomi Islam. *Cendekia: Jurnal Studi Keislaman*, 6(1), Article 1. <https://doi.org/10.37348/cendekia.v6i1.79>
- Choudhury, M. A. (1999). Money and Macroeconomics. *Comparative Economic Theory Occidental and Islamic Perspectives*, Query date: 2023-01-05 11:46:20, 293–314. [https://doi.org/10.1007/978-1-4757-4814-7\\_19](https://doi.org/10.1007/978-1-4757-4814-7_19)
- Connolly, J., & Prothero, A. (2008). Green Consumption. *Journal of Consumer Culture - J Consum Cult*, 8, 117–145. <https://doi.org/10.1177/1469540507086422>
- Dornbusch, R., Fischer, S., & Starz, R. (2008). *Makroekonomi*. Media Global Edukasi.
- Emekci, S. (2019). Green consumption behaviours of consumers within the scope of TPB. *Journal of Consumer Marketing*, 36(3), 410–417. <https://doi.org/10.1108/JCM-05-2018-2694>
- Fatahillah, I. A. (2015). Implementasi Konsep Etika dalam Konsumsi Perspektif Ekonomi Islam. <http://dx.doi.org/10.24014/hi.v13i2.978>
- Furqani, H. (2017). Consumption and Morality: Principles and Behavioral Framework in Islamic Economics. *Journal of King Abdulaziz University-Islamic Economics*, 30(4). <https://doi.org/10.4197/islec.30-si.6>



- Haider, M., Shannon, R., & Moschis, G. P. (2022). Sustainable Consumption Research and the Role of Marketing: A Review of the Literature (1976–2021). *Sustainability*, 14(7), Article 7. <https://doi.org/10.3390/su14073999>
- Hirschman, E. C., & Holbrook, M. B. (1982). Hedonic Consumption: Emerging Concepts, Methods and Propositions. *Journal of Marketing*, 46(3), 92–101. <https://doi.org/10.2307/1251707>
- Iswanto, P., Mulyani, Y., & Qadar, H. L. (2022). Consumer Behavior in The Perspective of Conventional Economics and Islamic Economy. *Syari'ah Economics*, 5(2), 57. <https://doi.org/10.36667/se.v5i2.211>
- Karim, A. A. (2015). *Ekonomi Makro Islami* (8 ed.). PT. RajaGrafindo Persada.
- Kementerian Agama. (2023). *Al-Qur'an*. Kementerian Agama.
- Kennedy, E., & Hauslik, D. (2018). *The Practice of Green Consumption* (hlm. 187–206). [https://doi.org/10.1007/978-3-319-76415-3\\_9](https://doi.org/10.1007/978-3-319-76415-3_9)
- Kraus, S., Jones, P., Kailer, N., Weinmann, A., Chaparro-Banegas, N., & Roig-Tierno, N. (2021). Digital Transformation: An Overview of the Current State of the Art of Research. *Sage Open*, 11(3), 21582440211047576. <https://doi.org/10.1177/21582440211047576>
- Li, S., Chen, X., Ren, Y., & Glauben, T. (2024). The impact of demographic dynamics on food consumption and its environmental outcomes: Evidence from China. *Journal of Integrative Agriculture*, 23(2), 414–429. <https://doi.org/10.1016/j.jia.2023.11.017>
- MM, D., M.Pd, D., M.M, S., Boari, Y., MA, D., M.Si, Dr. N., & Judijanto, L. (2024). *Ekonomi Bisnis Digital Dinamika Ekonomi Bisnis di Era Digital*.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Transformasi Digital Perbankan: Wujudkan Bank Digital*. Otoritas Jasa Keuangan. <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/40774>
- Rian Romadhon. (2024). *Perubahan Perilaku Konsumen Online Era Digital / SoftwareSeni*. <https://www.softwareseni.co.id/>. <https://www.softwareseni.co.id/blog/perubahan-perilaku-konsumen-online>
- Rohmana, Y. (2022). Consumption: Ethical Perspective of Islamic Economics. *Review of Islamic Economics and Finance*, 5(1), Article 1. <https://doi.org/10.17509/rief.v5i1.52164>
- S, A. B. (2014). Etika Konsumsi dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Hunafa: Jurnal Studia Islamika*, 11(2), Article 2. <https://doi.org/10.24239/jsi.v11i2.360.347-370>
- Šostar, M., & Ristanović, V. (2023). Assessment of Influencing Factors on Consumer Behavior Using the AHP Model. *Sustainability*, 15(13), Article 13. <https://doi.org/10.3390/su151310341>
- Testa, F., Pretner, G., Iovino, R., Bianchi, G., Tessitore, S., & Iraldo, F. (2021). Drivers to green consumption: A systematic review.

*Environment, Development and Sustainability*, 23(4), 4826–4880. <https://doi.org/10.1007/s10668-020-00844-5>

Trong Nguyen, L., Nguyen, T. H., Ngoc Nguyen, H., Dai Nguyen, L., Thi Thu Nguyen, D., & Duy LE, L. (2023). Determinants of green consumer behavior: A case study from Vietnam. *Cogent Business & Management*, 10(1), 2197673. <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2197673>

